

Piotr Ruchała¹

Nawoływanie do bojkotu jako czyn nieuczciwej konkurencji

Streszczenie:

Jedną z postaci czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnianiu dostępu do rynku jest nawoływanie do bojkotu. Nie każde takie działanie powinno być jednak zakazane. Autor analizuje ogólne przesłanki odpowiedzialności z art. 3 u.z.n.k., czyn polegający na utrudnianiu dostępu do rynku i jego szczególną formę z art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. oraz formułuje propozycje rozstrzygania konfliktów pomiędzy ww. przepisem a prawami podstawowymi. Artykuł omawia też wyroki polskich sądów w sprawie bojkotu producenta piwa.

Słowa kluczowe: bojkot, nieuczciwa konkurencja, utrudnianie dostępu do rynku, dobre obyczaje, swoboda wypowiedzi

Boycott Call as an Act of Unfair Competition

A call for a boycott constitutes one of the forms of an act of unfair competition through obstructing market access. However, not all boycott calls should be prohibited. Author analyzes the general terms of liability of Art. 3 ACUC, the act of obstructing access to the market and its specific form as defined in Art. 15 sec. 1 pt 2 ACUC and formulates a proposal for resolving the conflicts between above-mentioned regulation and fundamental rights. The paper also discusses the rulings of Polish courts on boycott of a beer producer.

Key words: boycott, unfair competition, obstructive competition, good practice, freedom of speech

¹ Autor jest doktorantem w Zakładzie Prawa Europejskiego Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i adwokatem w Wielkopolskiej Izbie Adwokackiej, pmruchala@gmail.com, ORCID 0000–0002–5865–1944.

1. Wprowadzenie

Zgodnie z przepisami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji² jedną z postaci czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku jest nakłanianie osób trzecich do odmowy sprzedaży innym przedsiębiorcom albo niedokonywania zakupu towarów lub usług od innych przedsiębiorców. W doktrynie ten typ czynu nieuczciwej konkurencji zwykle nazywa się bojkotem czy – ściślej ujmując – nawoływaniem do bojkotu³.

Regulacja ta pozostawała niemalże nieużywana do czasu wydania przez SO w Warszawie wyroku z 21.3.2016 r. (tzw. sprawa piwa *Ciechan*)⁴. Orzeczenie to, następnie częściowo zmienione wyrokiem SA w Warszawie z 21.3.2018 r.⁵, stało się dość głośnie z uwagi na zainteresowanie mediów oraz udział Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka w charakterze *amicus curiae*. Ten ciekawy wyrok może stanowić asumpt do ogólniejszych rozważań nad granicami dopuszczalności nawoływania do bojkotu w świetle polskiego prywatnego prawa konkurencji.

Pojęcie „bojkot” wywodzi się od nazwiska Charlesa Cunninghama Boycotta, emerytowanego angielskiego oficera oraz zarządcy położonych w Irlandii posiadłości ziemskich Lorda Erne w drugiej połowie XIX wieku⁶. W 1880 roku w wyniku sporu z dzierżawcami o wysokość czynszu i doprowadzenia do ich eksmisji, spotkał się on z inspirowanym przez Irlandzką Narodową Ligę Ziemską ostracyzmem przejawiającym się m.in. w odmowie wykonywania pracy, sprzedaży towarów i świadczenia usług na jego rzecz⁷.

G. Minda definiuje bojkot jako zbiorowe powstrzymywanie się od stosunków dowolnego rodzaju, społecznych lub gospodarczych, publicznych lub prywatnych, z uwagi na różnice polityczne lub innego rodzaju, w celu ukarania lub wpłynięcia na kogoś lub na coś⁸. Autor ten równocześnie zauważa, że pojęcie to stało się w amerykańskim orzecznictwie kategorią, z którą wiąże się rozmaite wyobrażenia – tak

² Ustawa z 16.4.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U. 2019, poz. 1010 ze zm.), dalej: u.z.n.k.

³ Por. np. T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2013, s. 591–598; E. Nowińska, *Ochrona funkcjonowania rynku na podstawie art. 15 ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013, s. 351–355.

⁴ Wyrok SO w Warszawie z 21.3.2016 r., XX GC 1186/14, niepubl., <[http://orzeczenia.warszawa.so.gov.pl/content/\\$N/15450500006027_XX_GC_001186_2014_Uz_2016-04-11_001](http://orzeczenia.warszawa.so.gov.pl/content/$N/15450500006027_XX_GC_001186_2014_Uz_2016-04-11_001)>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

⁵ Wyrok SA w Warszawie z 21.3.2018 r., VII AGa 786/18, niepubl.

⁶ Por. M. Friedman, *Consumer boycotts: effecting change through the marketplace and the media*, New York 1999, s. 6; G. Minda, *The Law and Metaphor of Boycott*, „Buffalo Law Review” 1993, vol. 41, no. 3, s. 809; T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 592; Charles Boycott, <https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Boycott>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

⁷ M. Friedman, *Consumer...*, s. 6; G. Minda, *The Law...*, s. 809; Charles Boycott, <https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Boycott>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

⁸ G. Minda, *Boycott in America: How Imagination and Ideology Shape the Legal Mind*, Carbondale 1999, s. 1.

pozytywne, jak i negatywne⁹, co skutkuje zdumiewającymi rozbieżnościami w rozstrzygnięciach na gruncie porównywalnych stanów faktycznych¹⁰. Za zwieńczenie tej ambiwalentnej postawy można uznać wyrok amerykańskiego Sądu Najwyższego stwierdzający, że bojkot grupowy „łączy w sobie elementy przestępności z elementami majestatu”¹¹.

Zgodnie z definicją sformułowaną w Słowniku Języka Polskiego PWN bojkot oznacza zerwanie stosunków z jakimś państwem, organizacją czy osobą w celu wywarcia nacisku lub wyrażenia protestu¹². Na gruncie przepisów u.z.n.k. relewantne jest wyłącznie nawoływanie do bojkotu jakiegoś przedsiębiorcy lub grupy przedsiębiorców, polegające na zerwaniu z nimi stosunków ekonomicznych (bojkot ekonomiczny).

Tak rozumiany bojkot najczęściej ma na celu wywarcie nacisku w celu zmiany polityki lub postępowania przez danego przedsiębiorcę (bojkot instrumentalny). Wyróżnia się jednak również takie bojkoty, które mają stanowić jedynie wyraz frustracji protestującej grupy (bojkot ekspresywny) lub które mają na celu „ukaranie” bojkotowanego przedsiębiorcy za nieodwracalny fakt dokonany (bojkot sankcyjny). Bojkot instrumentalny trwa do czasu osiągnięcia swego celu, podczas gdy dwa pozostałe typy bojkotu zwykle przybierają formę jednorazowego wydarzenia (np. *Don't Buy Anything Day* w 1973 r. w USA) lub „kary” trwającej przez z góry określony czas (np. jeden rok)¹³.

Bojkot przedsiębiorcy z reguły prowadzony jest przez konsumentów (bojkot konsumencki), często inspirowanych przez „patronów” bojkotu, zwykle będących organizacjami pozarządowymi¹⁴. Można jednak również spotkać się z bojkotami, w których uczestniczą przedsiębiorcy, np. ze względu na zagrażającą im praktykę innego przedsiębiorcy¹⁵.

Analiza przepisów u.z.n.k. pozwala na konstatację, że nie każde nawoływanie do tak rozumianego bojkotu stanowić będzie czyn nieuczciwej konkurencji. Aby dokonać rozgraniczenia pomiędzy różnymi sytuacjami faktycznymi, należy wyjść od ogólnej definicji czynu nieuczciwej konkurencji przewidzianej w klauzuli generalnej (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.) oraz dokonać w tym świetle interpretacji art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k.

⁹ G. Minda, *Boycott...*, s. 1–2; Ten sam autor (G. Minda, *The Law...*, s. 813–814) przywołuje orzeczenia posługujące się metaforą bojkotu jako „żądne go krwi tygrysa” czy „choroby zakażającej wewnętrzny biologiczny układ ciała” obok wyroków uznających bojkoty grupowe za legalny przejaw aktywności politycznej.

¹⁰ G. Minda, *The Law...*, s. 812–814.

¹¹ Wyrok *Supreme Court of the United States* z 2.7.1982 r., *NAACP v. Claiborne Hardware Co.*, 458 U.S. 886 (1982).

¹² *Bojkot*, <<http://sjp.pwn.pl/sjp/bojkot;2552438.html>>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

¹³ M. Friedman, *Consumer...*, s. 12–13; A. John, J. Klein, *The Boycott Puzzle: Consumer Motivations for Purchase Sacrifice*, „Management Science” 2003, vol. 49, no. 9, s. 1202–1203.

¹⁴ M. Friedman, *Consumer...*, s. 10.

¹⁵ *Boycotts*, <<http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Assem-Braz/Boycotts.html>>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

2. Klauzula generalna w u.z.n.k.

Konstrukcja u.z.n.k. pozwala wyróżnić klauzulę generalną czynu nieuczciwej konkurencji z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. oraz określone w art. 5–17e szczegółowe czyny nieuczciwej konkurencji.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. W doktrynie powszechnie przyjmuje się, że ta klauzula generalna pełni trzy funkcje:

- 1) funkcję definicyjną,
- 2) funkcję uzupełniającą,
- 3) funkcję korekcyjną¹⁶.

Dość oczywiste jest znaczenie pierwszej z ww. funkcji – art. 3 ust. 1 u.z.n.k. definiuje pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji za pomocą ogólnych terminów prawnych¹⁷.

Druga funkcja, powszechnie aprobowana w doktrynie i orzecznictwie, polega na możliwości sięgnięcia do klauzuli generalnej z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. w sytuacji, gdy zachowanie przedsiębiorcy nie wyczerpuje znamion czynów nieuczciwej konkurencji stypizowanych w art. 5–17e u.z.n.k., ale stanowi działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Oznacza to, że art. 3 ust. 1 u.z.n.k. może stanowić samoistne uzasadnienie dla wystąpienia przez przedsiębiorcę z roszczeniami określonymi w art. 18 u.z.n.k.¹⁸ W ten sposób klauzula generalna pozwala wypełniać luki w przepisach określających szczegółowe czyny nieuczciwej konkurencji¹⁹.

Więcej kontrowersji wywołuje dopuszczalność korygującego zastosowania art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Oznacza to możliwość uznania, że zachowanie formalnie wyczerpujące znamiona określone w art. 5–17e u.z.n.k. nie jest czynem nieuczciwej konkurencji, jeżeli nie spełnia przesłanek określonych w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Może to mieć miejsce wtedy, gdy hipoteza danego deliktu szczegółowego zarysowana jest zbyt szeroko (np. w sytuacji, gdy obejmuje zachowania, które nie są sprzeczne z dobrymi obyczajami) lub gdy roszczenia oparte na danym stanie faktycznym godziłyby w dobre obyczaje²⁰. W doktrynie podkreśla się, że sięganie do art. 3 ust. 1 u.z.n.k. jako instrumentu korygującego

¹⁶ J. Szwaja, K. Jasińska [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2013, s. 137–143; R. Stefanicki, *Klauzula generalna w ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013, s. 121–126; M. Kępiński, *Stosunek art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do szczególnych deliktów nieuczciwej konkurencji*, „Monitor Prawniczy” 2014, nr 4 (dodatek), s. 1009 i nast.; M. Kępiński, *Relacja klauzuli ogólnej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 3 ust. 1) do szczególnych deliktów nieuczciwej konkurencji* [w:] *Prawo konkurencji. 25 lat*, red. T. Skoczny, LEX/el. 2015.

¹⁷ J. Szwaja, K. Jasińska [w:] *Ustawa...*, s. 137–138; M. Kępiński, *Stosunek...*; M. Kępiński, *Relacja...*

¹⁸ J. Szwaja, K. Jasińska [w:] *Ustawa...*, s. 138–139.

¹⁹ M. Kępiński, *Stosunek...*; M. Kępiński, *Relacja...*

²⁰ J. Szwaja, K. Jasińska [w:] *Ustawa...*, s. 142–143; M. Kępiński, *Stosunek...*; M. Kępiński, *Relacja...*; B. Gadek, *Generalna klauzula odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji (art. 3 u.z.n.k.)*, Kraków 2003, s. 211–215. Odmienne np. W. Pyzioł, A. Walaszek-Pyzioł, *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 1994, nr 10, s. 3.

należy traktować jako instrument wyjątkowy i stosować wyłącznie w przypadkach szczególnie uzasadnionych²¹. Należy jednak podkreślić, że funkcja ta jest niemal powszechnie akceptowana w orzecznictwie²².

3. Czyny nieuczciwej konkurencji w zakresie utrudniania dostępu do rynku (art. 15 u.z.n.k.)

Artykuł 15 ust. 1 u.z.n.k. typizuje nazwany czyn nieuczciwej konkurencji polegający na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. *Ratio legis* tego przepisu jest ochrona swobody działalności gospodarczej i równego dostępu przedsiębiorców do rynku²³, rozumianego zarówno jako swoboda wejścia na rynek przez przedsiębiorcę, jak również jako swoboda wyjścia z rynku oraz swoboda oferowania na nim swoich towarów lub usług²⁴. Czyn określony w art. 15 ust. 1 u.z.n.k. można popełnić wyłącznie świadomie, z winy umyślnej²⁵. Jego celem jest co najmniej stworzenie drugiemu przedsiębiorcy niekorzystnych warunków prowadzenia działalności²⁶. Intensywność naruszenia nie jest kluczowa – działania przedsiębiorcy nie muszą dążyć do wyeliminowania drugiego przedsiębiorcy z rynku. Nie jest jednak czynem nieuczciwej konkurencji utrudnienie drobne, łatwe do ominięcia²⁷. Nie jest np. czynem nieuczciwej konkurencji z art. 15 u.z.n.k. sama odmowa kontraktowania czy współpracy z drugim przedsiębiorcą²⁸.

Dla zaistnienia omawianego czynu nieuczciwej konkurencji nie jest konieczne zaistnienie skutku – wystarczy, że zachowanie sprawcy czynu jest choćby potencjalnie zdolne do wywołania zakłóceń w działalności drugiego przedsiębiorcy²⁹.

²¹ J. Szwaia, K. Jasińska [w:] *Ustawa...*, s. 143; M. Kępiński [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaia, Warszawa 2013, s. 266–268; M. Zdyb, M. Sieradzka, *Interpretacja treści klauzuli generalnej pojęcia czynu nieuczciwej konkurencji*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2011, nr 12, s. 21; por. jednak wyrok SN z 6.6.2014 r., III CSK 228/13, LEX nr 1506548, zgodnie z którym: „z uwagi na funkcję korygującą (...) zawsze należy wykazać, na czym polegają takie naruszenia lub zagrożenia interesu innego przedsiębiorcy oraz na czym polega sprzeczność tych działań z prawem lub dobrymi obyczajami”.

²² Zob. np. wyrok SN z 6.6.2014 r., III CSK 228/13, LEX nr 1506548; wyrok SN z 4.11.2011 r., I CSK 796/10, LEX nr 1095811, z glosą aprobującą M. Sieradzkę, LEX/el.; wyrok SN z 30.5.2006 r., I CSK 85/06, LEX nr 189860, z glosą częściowo krytyczną G. Tylca, OSP 2008, nr 5, s. 55; wyrok SA w Białymstoku z 3.2.2017 r., I ACa 740/16, LEX nr 2252786; wyrok SA w Warszawie z 12.1.2017 r., I ACa 2106/15, LEX nr 2205950; odmiennie wyrok SN z 7.3.1997 r., II CKN 70/96, LEX nr 29888.

²³ M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2013, s. 245; T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 564–565; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. M. Sieradzka, M. Zdyb, LEX/el. 2016, komentarz do art. 15 u.z.n.k., tezy 1–3.

²⁴ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 572; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 18.

²⁵ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 577; M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 246.

²⁶ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 21.

²⁷ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 23.

²⁸ Wyrok SA we Wrocławiu z 19.11.2008 r., I ACa 940/08, LEX nr 519248.

²⁹ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 28.

Za zakazane na gruncie art. 15 ust. 1 u.z.n.k. uznać należy nie każde utrudnienie w dostępie do rynku, ale tylko takie, które nie wynika z istoty konkurencji na rynku, lecz z użycia środków, które nie znajdują usprawiedliwienia w mechanizmach wolnej konkurencji³⁰.

Art. 15 ust. 1 u.z.n.k. obok ogólnego określenia tego nazwanego czynu nieuczciwej konkurencji („utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku”) zawiera w pkt. 1–5 przykładowy katalog szczegółowych przypadków działań wyczerpujących znamiona tego czynu.

Kwestia relacji pomiędzy fragmentem art. 15 ust. 1 u.z.n.k. przed dwukropkiem do szczegółowych przypadków wskazanych w pkt. 1–5 – a w szczególności zagadnienie konieczności wykazywania przez powoda zaistnienia przesłanki „utrudniania dostępu do rynku” w sytuacjach wyczerpania znamion przypadków szczegółowych – budziła znaczne kontrowersje w doktrynie i orzecznictwie, co znajdowało wyraz zwłaszcza w sprawach dotyczących tzw. opłat półkowych (tj. na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.). Choć wydawało się, że spory te zostały rozstrzygnięte w wyroku Trybunału Konstytucyjnego, to orzecznictwo (w tym Sąd Najwyższego) i poglądy doktryny wciąż pozostają w tym zakresie niejednolite. Moim zdaniem przychylić się jednak należy do poglądu, że sam fakt, iż zachowanie przedsiębiorcy odpowiada zachowaniu opisanemu w jednym z punktów art. 15 ust. 1 u.z.n.k. (na przykład przedsiębiorca pobiera inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży albo nakłania osoby trzecie do bojkotu innego przedsiębiorcy) nie jest samoistną podstawą uznania go za czyn nieuczciwej konkurencji, jeżeli zachowanie to nie stanowi utrudnienia w dostępie do rynku³¹. Nie istnieje również domniemanie prawne, które przerzucałoby na pozwanego ciężar dowodu³², a zatem spoczywa on – zgodnie z ogólną zasadą – na powodzie. Należy zatem przyjąć, że sąd ma obowiązek badać, czy w konsekwencji zachowania pozwanego odpowiadającego któremuś z przypadków z art. 15 ust. 1 pkt. 1–5 u.z.n.k. nastąpiło „utrudnianie dostępu do rynku”³³.

³⁰ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 578–579; M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 248; E. Nowińska, *Ochrona...*, s. 342.

³¹ Zob. np. wyrok TK z 16.10.2014 r., SK 20/12, OTK-A 2014, nr 9, poz. 102; wyrok SN z 17.4.2015 r., I CSK 136/14, LEX nr 1710335; wyrok SN z 21.4.2017 r., I CSK 481/16, LEX nr 2294413. Odmienne jednak np.: wyrok SN z 20.7.2017 r., I CSK 140/17, LEX nr 2352153; wyrok SN z 14.10.2016 r., I CSK 651/15, LEX nr 2151399; wyrok SN z 16.1.2015 r., III CSK 244/14, LEX nr 1648184; wyrok SN z 25.10.2012 r., I CSK 147/12, LEX nr 1231301.

³² Wyrok SN z 28.3.2018 r., V CSK 217/17, LEX nr 2521615; wyrok SN z 7.3.2019 r., I CSK 805/17, LEX nr 2634549; P. Kamela, *Interpretacja art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w świetle koncepcji wykładni Macieja Zielińskiego*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny (iKAR)” 2013, nr 2, s. 17; I.B. Nestoruk, *Swoboda dostępu do rynku a swoboda kontraktowania w kontekście zakazu „opłat półkowych” – stan aktualny*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2015, nr 3, s. 27; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 30; E. Nowińska, *Ochrona...*, s. 346. Odmienne np. wyrok SN z 20.7.2017 r., I CSK 140/17, LEX nr 2352153.

³³ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 574; Podobnie M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 247; J. Affre, J. Piechucka, P. Skośubowicz, M. Stryzowska, *Utrudnianie dostępu do rynku jako przesłanka czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu opłat półkowych podlegająca każdorazowemu badaniu*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny (iKAR)” 2016, nr 7, s. 88–90.

Nadto, zgodnie z opisanymi wyżej poglądami przyjmowanymi w doktrynie i orzecnictwie co do interpretacji art. 3 ust. 1 u.z.n.k., za uzasadniony należy uznać pogląd przedstawiony przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, że czynem nieuczciwej konkurencji jest:

tylko takie utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, które może być uznane za sprzeczne z ustawą, czyli nieuczciwe. (...) Za takie będą więc uznawane tylko działania, które naruszają klauzulę generalną ustawy (art. 3 ust. 1) – są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami oraz zagrażają lub naruszają interes innego przedsiębiorcy lub klienta, a równocześnie skutkują utrudnianiem dostępu do rynku i polegają w szczególności na zachowaniach wskazanych w przepisie szczególnym³⁴.

Ze względu na fakt, że ustawodawca nie określił szczególnych przesłanek nieuczciwości utrudniania dostępu do rynku, w doktrynie wskazuje się, że zastosowanie funkcji korekcyjnej klauzuli generalnej z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. może być szczególnie uzasadnione³⁵. W doktrynie nie ma wątpliwości, że czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 u.z.n.k. może dopuścić się wyłącznie przedsiębiorca (co na gruncie u.z.n.k. jest zresztą regułą, choć z kilkoma wyjątkami, np. w przypadku czynu z art. 11 u.z.n.k.). Wynika to z użycia przez ustawodawcę sformułowania „utrudnianie innym przedsiębiorcom”³⁶.

Należy przy tym jednak zwrócić uwagę, że na gruncie u.z.n.k. stosuje się szeroką definicję przedsiębiorcy³⁷. Zgodnie z art. 2 u.z.n.k. przedsiębiorcami w rozumieniu tej ustawy są osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, które prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową uczestniczą w działalności gospodarczej. W doktrynie wskazuje się na przykład, że nie jest konieczne, by działalność była prowadzona w sposób ciągły³⁸. Szeroka definicja przedsiębiorcy sprawia, że regulacji ustawy podlegać mogą organizacje charytatywne, kulturalne, religijne czy polityczne, jeżeli ubocznie prowadzą działalność gospodarczą w celu zaspokajania lub wspomagania swoich celów statutowych³⁹.

Nie jest konieczne, aby przedsiębiorca, któremu zarzuca się czyn z art. 15 u.z.n.k., był konkurentem przedsiębiorcy, na szkodę którego popełniono ten czyn. W doktrynie wskazuje się jednak, że najczęściej zachodzić będzie między tymi dwoma podmiotami stosunek konkurencji⁴⁰. Dla możliwości zakwalifikowania danego zachowania jako czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 u.z.n.k. nie ma również znaczenia stopień

Odmienne np. T. Szczurowski, *Charakter okoliczności wymienionych w art. 15 ust. 1 pkt 1–5 ZNKU*, „Monitor Prawniczy” 2016, nr 11, s. 583–588.

³⁴ Pismo UOKiK pt. *Interpretacja przepisów nowelizacji ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Dz.Urz. UOKiK 2003, nr 1, poz. 241, s. 46–47.

³⁵ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 576; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, M. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 21.

³⁶ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 575–576.

³⁷ J. Szwaja, A. Kubiak-Cyrul [w:] *Ustawa...*, s. 110.

³⁸ J. Szwaja, A. Kubiak-Cyrul [w:] *Ustawa...*, s. 118.

³⁹ Wyrok SN z 22.10.2003 r., II CK 161/02, LEX nr 84314.

⁴⁰ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 576.

opanowania rynku przez sprawcę, w tym w szczególności zajmowanie przez przedsiębiorcę pozycji dominującej na rynku właściwym⁴¹.

4. Nawoływanie do bojkotu jako nazwany czyn nieuczciwej konkurencji (art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k.)

Podstawą uznania nawoływania do bojkotu za delikt nieuczciwej konkurencji jest art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k., zgodnie z którym czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku przez nakłanianie osób trzecich do odmowy sprzedaży innym przedsiębiorcom albo niedokonywania zakupu towarów lub usług od innych przedsiębiorców. Celem tak rozumianego nawoływania do bojkotu jest uniemożliwienie lub utrudnienie innemu przedsiębiorcy udziału w stosunkach handlowych. Obejmuje ono zarówno nakłanianie do niewchodzenia w nowe stosunki gospodarcze z przedsiębiorcą, jak i do zrywania stosunków już istniejących⁴². Nie jest również relewantne to, czy bojkot ma dotyczyć tylko wybranych towarów lub usług przedsiębiorcy, czy też całości jego rynkowej oferty⁴³.

Istotą omawianego czynu nieuczciwej konkurencji jest jego kolektywność – dla jego zaistnienia muszą występować trzy strony, tj. nakłaniający do bojkotu, adresaci nawoływania (potencjalnie bojkotujący) oraz przedsiębiorca bojkotowany⁴⁴. Adresatami nawoływania mogą być zarówno inni przedsiębiorcy, jak i potencjalni klienci bojkotowanego przedsiębiorcy (w tym konsumenci)⁴⁵.

Aplikując przedstawione w poprzednich częściach wywody, za czyn nieuczciwej konkurencji może być uznane tylko takie nawoływanie do bojkotu przedsiębiorcy, które:

- 1) jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- 2) zagraża lub narusza interes tego przedsiębiorcy,
- 3) utrudnia temu przedsiębiorcy dostęp do rynku i
- 4) jest dokonywane przez innego przedsiębiorcę.

Art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. nie przewiduje żadnych szczególnych przesłanek nieuczciwości nakłaniania do bojkotu – w szczególności nie ma znaczenia, czy celem nawoływania do bojkotu jest osiągnięcie przez nawołującego korzyści majątkowych. Szczególnie istotne jawi się w tym kontekście korzystanie z korygującej funkcji klauzuli generalnej (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.)⁴⁶.

⁴¹ Wyrok SN z 31.3.2017 r., I CSK 290/16, LEX nr 2284195; wyrok SN z 12.10.2007 r., V CSK 261/07, LEX nr 497671; wyrok SA w Warszawie z 15.12.2015 r., I ACa 485/15, LEX nr 1979307; wyrok SA w Białymstoku z 1.7.2015 r., I ACa 180/15, LEX nr 1765933; T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 570–571.

⁴² T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 591–592. Podobnie M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 52.

⁴³ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 56. Odmienne – jak się wydaje – M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 258. Według tych autorów: „nakłanianie musi zmierzać do generalnego bojkotu danego przedsiębiorcy na rynku”.

⁴⁴ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 592; M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 256.

⁴⁵ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 594; M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 258.

⁴⁶ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 595.

Nie każde nawoływanie do bojkotu uznać należy za sprzeczne z dobrymi obyczajami. Bojkot jest istotnym – a nieraz jedynym skutecznym – środkiem służącym do wyrażenia przez społeczeństwo niezadowolenia z praktyk stosowanych przez przedsiębiorcę. Udział w bojkocie pozwala konsumentom dać wyraz swoim przekonaniom i postawom obywatelskim⁴⁷. Szeroki zakaz nawoływania do bojkotu może zatem w znaczącym stopniu kolidować z chronioną konstytucyjnie wartością, jaką jest wolność wyrażania poglądów i rozpowszechniania informacji (wyrażoną np. w art. 54 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej⁴⁸, art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka⁴⁹ czy art. 19 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych⁵⁰). Swoboda ta przysługuje nie tylko osobom fizycznym, ale również osobom prawnym i innym podmiotom zbiorowym – i to niezależnie od tego, czy ich działalność nastawiona jest na zysk⁵¹. Wolności tej przypisuje się w orzecznictwie szczególnie znaczenie, jako „fundamentowi społeczeństwa demokratycznego, warunkowi jego rozwoju i samorealizacji jednostek”. Z tego powodu nie obejmuje ona wyłącznie takich wypowiedzi, które odbierane są przez społeczeństwo pozytywnie lub obojętnie, ale również takie, które obrażają, szokują lub niepokoją⁵².

Wolność wypowiedzi dotyczy wszelkich dziedzin życia (obejmuje przede wszystkim wypowiedzi o charakterze politycznym, ale również wypowiedzi naukowe, artystyczne czy komercyjne), wszelkich form wypowiedzi (w tym agresywnej polemiki) oraz środków przekazu (w tym również tzw. wypowiedzi symboliczne – wyrażane poprzez symbole i gesty)⁵³. Nie oznacza to, że korzystanie z tej swobody nie podlega żadnym ograniczeniom. Zgodnie z art. 10 ust. 2 EKPCz mogą być one uzasadnione w szczególności szeroko rozumianym bezpieczeństwem i porządkiem publicznym, ochroną zdrowia i moralności publicznej, a także ochroną praw osób trzecich⁵⁴. Ograniczenia te muszą być przy tym „niezbędne w społeczeństwie demokratycznym” – ingerencja w wolność wypowiedzi powinna być uzasadniona w świetle

⁴⁷ G. Zasuwa, *Wpływ aktywności obywatelskiej konsumentów na ich udział w bojkotach produktów*, „Konsumpcja i Rozwój” 2016, nr 1, s. 78.

⁴⁸ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2.4.1997 r. (Dz.U. 1997, nr 78, poz. 483 ze zm.), dalej: Konstytucja RP.

⁴⁹ Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności sporządzona w Rzymie dnia 4.11.1950 r., zmieniona następnie Protokołami nr 3, 5 i 8 oraz uzupełniona Protokołem nr 2 (Dz.U. 1993, nr 61, poz. 284 ze zm.), dalej: EKPCz.

⁵⁰ Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych otwarty do podpisu w Nowym Jorku 19.12.1966 r. (Dz.U. 1977, nr 38, poz. 167).

⁵¹ L. Garlicki [w:] *Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności. Komentarz do artykułów 1–18. Tom I*, red. L. Garlicki, Legalis 2010, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 16.

⁵² Wyrok Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (dalej: ETPCz) z 7.12.1976 r. w sprawie *Handyside przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 5493/72), LEX nr 80798, pkt 49; J. Sadowski [w:] *Konstytucja RP. Tom I. Komentarz do art. 1–86*, red. M. Safjan, L. Bosek, Legalis 2016, komentarz do art. 54 Konstytucji RP, nb. 6 i 8.

⁵³ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 15.

⁵⁴ Do tej ostatniej kategorii orzecznictwo ETPCz zalicza ograniczenia wynikające z prawa nieuczciwej konkurencji – por. wyrok ETPCz z 25.8.1998 r. w sprawie *Hertel przeciwko Szwajcarii* (skarga nr 25181/94), LEX nr 78965, pkt 42.

wartości społeczeństwa demokratycznego takich, jak tolerancja, pluralizm i otwartość, powinna wynikać z „naglącej potrzeby społecznej” i powinna być proporcjonalna do chronionego celu⁵⁵. Orzecznictwo ETPCz precyzuje te wymogi w odniesieniu do szczegółowych stanów faktycznych.

Różne kategorie wypowiedzi mogą korzystać z ochrony w różnym stopniu. Najszerszą ochronę przyznaje się wypowiedziom o charakterze politycznym oraz innym wypowiedziom dotyczącym spraw o znaczeniu publicznym⁵⁶. Większy margines oceny pozostawia się ustawodawcom krajowym przy regulowaniu wypowiedzi o charakterze czysto komercyjnym (zwłaszcza reklamowym). W takim przypadku należy bowiem brać pod uwagę takie kryteria oceny, jak np. przeciwdziałanie nieuczciwej konkurencji. Jeśli jednak wypowiedź nakierowana na promocję interesu gospodarczego zawiera również treści przynależne do debaty publicznej – intensywność ochrony znów ulega zwiększeniu⁵⁷.

Ograniczenie swobody wypowiedzi z uwagi na ochronę praw osób trzecich może relatywizować się również ze względu na status autora wypowiedzi (szczególnie chronione są wypowiedzi dziennikarzy, polityków i funkcjonariuszy publicznych, aczkolwiek ETPCz podkreśla, że w społeczeństwie demokratycznym nawet małe, nieformalne grupy powinny mieć zapewnioną możliwość uczestnictwa w debacie publicznej⁵⁸) oraz status osoby trzeciej, w której prawa godzi wypowiedź⁵⁹. W orzecznictwie wskazuje się, że najwyższy stopień tolerancji na krytykę muszą mieć politycy, ale również inne osoby, które świadomie wkraczają w sferę życia publicznego lub wypowiadają się w kwestiach publicznych oraz niektóre podmioty pozapolityczne (np. duże podmioty gospodarcze), które „z natury rzeczy stają się przedmiotem zainteresowania opinii publicznej”⁶⁰.

Istotne znaczenie ma również to, czy wypowiedź ma charakter stwierdzenia faktów, czy sądu ocennego. Wypowiedzi tej drugiej kategorii nie ocenia się w kategoriach prawdy, chociaż nie mogą one być formułowane w sposób całkowicie oderwany od faktów. Sądy ocenne mogą być wyrażane w sposób zawierający elementy przesady, prowokacji, ironii czy satyry, a nawet z użyciem określeń o obraźliwym charakterze (jak np. „neofaszysta” czy „kłamca”)⁶¹.

Nawoływanie do bojkotu – tak dosłowne, jak i wyrażone symbolicznie – korzysta zatem niewątpliwie z ochrony w ramach swobody wypowiedzi. Ustawodawca może

⁵⁵ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 27.

⁵⁶ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 56–57; por. wyrok ETPCz z 15.2.2005 r. w sprawie *Steel i Morris przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 68416/01), LEX nr 148018, pkt 88.

⁵⁷ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 59.

⁵⁸ Wyrok ETPCz z 15.2.2005 r. w sprawie *Steel i Morris przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 68416/01), LEX nr 148018, pkt 89.

⁵⁹ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 72.

⁶⁰ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 74–75; por. wyrok ETPCz z 21.9.1990 r. w sprawie *Fayed przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 17101/90), LEX nr 80520, pkt 75; wyrok ETPCz z 15.2.2005 r. w sprawie *Steel i Morris przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 68416/01), LEX nr 148018, pkt 94.

⁶¹ L. Garlicki [w:] *Konwencja...*, komentarz do art. 10 EKPCz, nb. 78–80.

wprowadzać ograniczenia dopuszczalności tego rodzaju wypowiedzi, nie może jednak przekraczać pewnych granic określonych przez Konstytucję RP oraz przepisy prawa międzynarodowego. Sąd rozstrzygający sprawę z zakresu nieuczciwej konkurencji, dokonując kwalifikacji działania jako sprzecznego z dobrymi obyczajami, nie może abstrahować od całości porządku prawnego, w tym w szczególności od gwarancji konstytucyjnych⁶² i konwencyjnych. Powinien badać również cel i motywy działania przedsiębiorcy⁶³. Elastyczność u.z.n.k., przejawiająca się m.in. w stosowaniu klauzul generalnych oraz możliwości korekcyjnego zastosowania art. 3 ust. 1 u.z.n.k., pozwala sądowi na uwzględnienie wszystkich powyższych okoliczności.

Art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k., zwłaszcza wobec szerokiej definicji przedsiębiorcy przyjmowanej na gruncie u.z.n.k., może *prima facie* obejmować sytuacje, które podlegają silnej ochronie konstytucyjnej i konwencyjnej (np. wypowiedzi organizacji społecznych prowadzących ubocznie działalność gospodarczą nakłaniające do bojkotu znanego przedsiębiorcy, poparte względami interesu publicznego). Wydaje się to adekwatnym przykładem sytuacji, w której szczegółowy czyn nieuczciwej konkurencji określony jest zbyt szeroko i wymaga korygującego zastosowania art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Z tego powodu art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. należy w mojej ocenie stosować wyjątkowo ostrożnie, zwłaszcza jeśli przedsiębiorca nawołujący do bojkotu nie jest konkurentem przedsiębiorcy bojkotowanego, a tym bardziej jeśli chodzi o podmiot uczestniczący w działalności gospodarczej jedynie ubocznie (obok działalności społecznej), a sam akt nawoływania jest reakcją na naganne zachowanie przedsiębiorcy. W szczególności dotyczy to nawoływania do bojkotu podyktowanego względami innymi niż ekonomiczne i antykonkurencyjne – np. przyczynami społecznymi, ekologicznymi czy politycznymi⁶⁴. W orzecznictwie ETPCz podkreśla się, że chociaż w „tak złożonym i ulegającym wahaniom obszarze jak nieuczciwa konkurencja” ustawodawcy przyznaje się pewien margines uznania, to jest on mniejszy w sytuacji, gdy nie chodzi o wypowiedź ściśle komercyjną, ale o udział w debacie dotyczącej spraw o znaczeniu publicznym⁶⁵. Kluczowe zatem staje się badanie celu i kontekstu wypowiedzi⁶⁶.

Oczywistym jest, że ze względu na ww. wartości konstytucyjne nie można mówić o nieuczciwości w przypadku rozpowszechniania prawdziwych i rzetelnych informacji o przedsiębiorcy, a w szczególności o oferowanych przez niego towarach i usługach⁶⁷.

⁶² B. Gadek, *Generalna...*, s. 133.

⁶³ B. Gadek, *Generalna...*, s. 144.

⁶⁴ Tak M. Mioduszeński, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 49. Autorzy zdają się w takim przypadku kwestionować w ogóle możliwość zakwalifikowania takiego bojkotu jako relewantnego z punktu widzenia u.z.n.k. Tak samo: Pismo Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka z 23.11.2015 r. przedstawione SO w Warszawie w sprawie XX GC 1186/14 – *Opinia przyjaciela sądu* (2734/2015/PSP/MSZ), dalej: *Opinia HFPCz*, <https://www.hfhr.pl/wp-content/uploads/2015/12/HFPC_opinia_bojkot.pdf> [dostęp: 28.6.2020 r.], s. 3.

⁶⁵ Wyrok ETPCz z 25.8.1998 r. w sprawie *Hertel przeciwko Szwajcarii* (skarga nr 25181/94), LEX nr 78965, pkt 47; por. szerokie omówienie kształtowania się tego poglądu w: I.C. Kamiński, *Europejskie standardy dotyczące swobody wypowiedzi komercyjnej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2010, nr 6, s. 28–35.

⁶⁶ *Opinia HFPCz*, s. 7.

⁶⁷ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 595.

Równie oczywiste wydaje się, że nie może powoływać się na zgodność z dobrymi obyczajami przedsiębiorca, który opiera swoje nawoływanie do bojkotu na informacjach nieprawdziwych bądź niezwyfikowanych⁶⁸. Nie przekonuje jednak wyrażane w polskiej doktrynie stanowisko, że w granicach wolności słowa nie mieszczą się wypowiedzi prawdziwe, które jednak nie mają związku z towarami lub usługami oferowanymi przez przedsiębiorcę⁶⁹. Konsumenci bowiem przy podejmowaniu decyzji o zakupie biorą pod uwagę również czynniki pozamaterialne, w tym kwestie etyczne, społeczne czy ekologiczne⁷⁰ i w związku z tym powinni mieć prawo do informacji o wszelkich aspektach działalności przedsiębiorcy⁷¹. Sprzeczność z dobrymi obyczajami może jednak nastąpić w sytuacji, gdy nawoływanie do bojkotu oparte na prawdziwych informacjach godzi np. w prawo przedsiębiorcy do prywatności.

Zgodzić się natomiast należy z argumentacją, że za bezprawne nie powinno zostać uznane nakłanianie do tzw. bojkotu obronnego, którego celem jest obrona przed sprzecznym z prawem lub dobrymi obyczajami zachowaniem przedsiębiorcy, o ile brak jest alternatywnych środków obrony, a nawoływanie jest proporcjonalne do nagannego działania bojkotowanego przedsiębiorcy⁷². Nie stanowią również nieuczciwego nawoływania do bojkotu wypowiedzi o charakterze zachęty⁷³. Czyn z art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. wymaga bowiem pewnego ładunku „złej woli”, a jego celem powinna być destabilizacja działalności drugiego przedsiębiorcy⁷⁴.

Również na gruncie niemieckiej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wyrażany był pogląd, że nawoływanie do bojkotu mieści się w granicach swobody wypowiedzi i nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji o ile uzasadnione jest interesem publicznym, a nawołujący do bojkotu nie zachowuje się w sposób nieproporcjonalny i nie wywiera na adresatach nawoływania presji, w szczególności nacisku ekonomicznego⁷⁵. Można bowiem argumentować, że swobodzie wypowiedzi politycznej należy przyznać pierwszeństwo nad swobodą dostępu do rynku⁷⁶.

⁶⁸ Wyrok SA we Wrocławiu z 21.10.2004 r., I ACa 546/04, LEX nr 519264; T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 595–596.

⁶⁹ M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 257.

⁷⁰ Por. np. A. Czubała, *Rola konsumentów w realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, „Konsumpcja i Rozwój” 2011, nr 1, s. 58–66; E. Mazur-Wierzbińska, *Wpływ konsumentów na rozwój społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, „Handel Wewnętrzny” 2015, nr 4, s. 296–306.

⁷¹ Z podobnego założenia zdaje się wychodzić ETPCz, który w wyroku z 15.2.2015 r. w sprawie *Steel i Morris przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 68416/01) przyznał ochronę wypowiedziom skarżących dotyczącym takich kwestii, jak wpływ działalności przedsiębiorcy na środowisko czy też warunki pracy panujące u przedsiębiorcy, uznając je za sprawy dotyczące interesu publicznego (LEX nr 148018, pkt 88).

⁷² T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 596; M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 256–257.

⁷³ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 596.

⁷⁴ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 61.

⁷⁵ S. Ahrens, *Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht*, Wiesbaden 2016, s. 175; na gruncie u.z.n.k. podobnie M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 59; *Opinia HFPCz*, s. 3.

⁷⁶ *Opinia HFPCz*, s. 14.

Należy w tym kontekście zwrócić uwagę na cel ochronny przepisów u.z.n.k. wysłowny w art. 1 u.z.n.k. – zwalczanie nieuczciwej konkurencji działać ma „w interesie publicznym, przedsiębiorców i klientów”. W doktrynie wskazuje się, że rozstrzygając spory na gruncie u.z.n.k. należy brać pod uwagę wszystkie, pozostające często w sprzeczności, interesy. Obok interesów drugiego przedsiębiorcy trzeba brać również pod uwagę interes publiczny oraz interes pozostałych uczestników rynku do swobody w podejmowaniu decyzji o skorzystaniu (lub nieskorzystaniu) z oferty rynkowej⁷⁷. Względ na te interesy może zmienić kwalifikację danego czynu na gruncie u.z.n.k.⁷⁸ Tym bardziej należy zatem podchodzić z dużą ostrożnością do kwalifikowania w świetle u.z.n.k. zachowań, które nie pozostają w sprzeczności z szeroko rozumianym interesem publicznym i ujawniają prawdziwe informacje na temat przedsiębiorców, co w konsekwencji może prowadzić do podejmowania określonych decyzji rynkowych przez konsumentów bardziej świadomych decyzji rynkowych.

W doktrynie wskazuje się również, że nie będzie zakazane nawoływanie do bojkotu w sytuacji, gdy nie wykazuje ono zdolności do wywierania wpływu na decyzje adresatów – rzeczywistej albo potencjalnej⁷⁹. W przeciwnym razie wątpliwe będzie, czy nawoływanie do bojkotu stanowi zagrożenie lub naruszenie interesu przedsiębiorcy dotkniętego bojkotem i czy stanowi ono utrudnienie w dostępie do rynku. Dlatego łatwiej jest stwierdzić nieuczciwy charakter nakłaniania do bojkotu, gdy przedsiębiorca, któremu zarzuca się czyn, ma tzw. władzę rynkową, pozwalającą w sposób faktyczny wpływać na zachowania konsumentów (choć nie jest to warunek konieczny)⁸⁰. Władza taka może wynikać z renomy czy pozycji rynkowej przedsiębiorcy i przejawia się w jego większej sile perswazji⁸¹, możliwości narzucania innym uczestnikom rynku dogodnych dla siebie warunków lub wręcz zdolności do zarządzania innymi uczestnikami rynku⁸².

Jak wynika z art. 15 ust. 1 sprawcą „nawoływania do bojkotu” może być wyłącznie przedsiębiorca. Zakazane jest przy tym nie tylko bezpośrednie nawoływanie do bojkotu przez przedsiębiorcę, ale również czynienie tego za pośrednictwem osoby trzeciej, niebędącej przedsiębiorcą⁸³ (np. opłacony dziennikarz, celebryta czy organizacja społeczna).

Z powyższego wynika, że nie jest czynem nieuczciwej konkurencji nawoływanie do bojkotu przez podmioty niebędące przedsiębiorcami, w tym w szczególności przez

⁷⁷ B. Gadek, *Generalna...*, s. 92–93.

⁷⁸ A. Tischner, *Cele i zakres zastosowania ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013, s. 101.

⁷⁹ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 596; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 58. Odmiennie (choć z zastrzeżeniem, że można bronić też poglądu przeciwnego) M. Du Vall, E. Nowińska, *Ustawa...*, s. 259.

⁸⁰ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 596; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 61.

⁸¹ M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 58.

⁸² J. Trojanek, *Istota władzy gospodarczej producentów w świetle ogólnej teorii władzy*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1986, z. 3, s. 57.

⁸³ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 594; M. Du Vall, E. Nowińska *Ustawa...*, s. 258.

organizacje konsumenckie, organizacje społeczne czy partie polityczne⁸⁴. Należy jednak pamiętać w tym kontekście o szerokiej definicji przedsiębiorcy na gruncie przepisów u.z.n.k. Za przedsiębiorcę w rozumieniu art. 2 u.z.n.k. może być uznana np. organizacja pozarządowa, która prowadzi ubocznie działalność zarobkową – np. sprzedaje książki czy prowadzi lokal w celu finansowania swojej działalności statutowej. Aby przepisy u.z.n.k. nie wywoływały wobec tego typu organizacji tzw. efektu mrożącego i nie godziły w ich wolność wyrażania opinii, należy w przypadkach granicznych przywiązywać szczególną wagę do prawidłowej oceny ogólnych przesłanek czynu nieuczciwej konkurencji, a zwłaszcza sprzeczności działania sprawcy z dobrymi obyczajami.

W doktrynie wskazuje się również, że chociaż stosunek konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami nie jest normatywną przesłanką czynu z art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k., to w praktyce najczęściej występuje. Przedsiębiorcy powinni mieć jednak przynajmniej potencjalną zdolność wpływania na swoją sytuację rynkową⁸⁵.

Jak można zauważyć, zakres stosowania art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. krzyżuje się z zakresami stosowania niektórych innych przepisów, w tym statuujących inne nazwane czyny nieuczciwej konkurencji. W sytuacji, gdy wezwanie do bojkotu opiera się na nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacjach, wzywający do bojkotu może równocześnie wypełniać znamiona czynu z art. 14 u.z.n.k., o ile działa w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkody. Jeśli wezwanie kierowane jest również do klientów bojkotowanego przedsiębiorcy, którzy pozostają z nim w istniejących już stosunkach umownych, wzywający może dodatkowo dopuszczać się czynu określonego w art. 12 ust. 2 u.z.n.k., o ile działa w celu przysporzenia korzyści sobie lub osobom trzecim albo szkodenia przedsiębiorcy.

Zachowanie wzywającego do bojkotu może również stanowić – ze względu na formę lub na treść – naruszenie dóbr osobistych przedsiębiorcy chronionych na podstawie art. 23 k.c. lub art. 43 w zw. z art. 23 k.c. Przepisy chroniące dobra osobiste mogą stanowić uzupełnienie ochrony przedsiębiorcy w sytuacji, gdy nawołujący nie jest przedsiębiorcą. Należy jednak pamiętać, że ten środek dostępny będzie jedynie w sytuacji, gdy nawołujący godzi w któreś z dóbr osobistych przedsiębiorcy (w przypadku przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną – np. w cześć, w prywatność; w przypadku przedsiębiorcy będącego osobą prawną lub inną jednostką organizacyjną – np. w dobre imię) i czyni to bezprawnie.

Z kolei w sytuacji, gdy kilku przedsiębiorców uzgadnia wspólnie, że nie będzie wchodzić w stosunki umowne z innym przedsiębiorcą lub jakąś kategorią przedsiębiorców w celu ograniczenia im dostępu do rynku lub eliminacji ich z rynku, zachowanie takie ocenić można jako porozumienie ograniczające konkurencję⁸⁶. Zachowanie takie

⁸⁴ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 593; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., teza 53; M. Du Vall, E. Nowińska *Ustawa...*, s. 258; E. Nowińska, *Ochrona...*, s. 352.

⁸⁵ T. Skoczny, M. Bernatt [w:] *Ustawa...*, s. 593; M. Mioduszewski, M. Sieradzka, J. Sroczyński [w:] *Ustawa...*, komentarz do art. 15 u.z.n.k., tezy 16 i 53; E. Nowińska, *Ochrona...*, s. 352.

⁸⁶ A. Jurkowska-Gomułka, A. Piszcz [w:] *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, red. T. Skoczny, Legalis 2014, komentarz do art. 6 UOKK, nb. 175–179.

zakazane jest na podstawie art. 6 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów⁸⁷. Nie można również wykluczyć sytuacji, w której bojkotujący przedsiębiorca, odmawiając kontraktowania, wykorzystuje posiadaną przez siebie pozycję dominującą na danym rynku właściwym. W takiej sytuacji jego zachowanie wyczerpać może znamiona nadużycia pozycji dominującej polegającego na przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania lub rozwoju konkurencji, czego zakazuje art. 9 ust. 2 pkt 5 UOKK⁸⁸.

5. Wyrok SO w Warszawie w sprawie wylewania piwa *Ciechan*

W orzecznictwie sądów polskich po raz pierwszy konflikt pomiędzy swobodą wypowiedzi politycznej a art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. ujawnił się w przypadku głośnego sporu dotyczącego wylewania piwa *Ciechan*.

We wrześniu 2014 roku, w reakcji na wypowiedź boksera Dariusza Michalczewskiego wspierającą postulaty związków LGBT, Marek Jakubiak – ówczesny prezes zarządu i jedyny wspólnik spółki Browary Regionalne Jakubiak sp. z o.o. (znanej powszechnie jako producent piwa *Ciechan*) – opublikował na swoim profilu na portalu Facebook wulgarny, dyskryminacyjny i obraźliwy wpis. Po kilku godzinach, w wyniku krytyki, wpis został przez autora usunięty, a Marek Jakubiak przeprosił osoby urażone formą wypowiedzi. Wydarzenie to zostało nagłośnione w mediach oraz wywołało sprzeciw w mediach społecznościowych, którego zwieńczeniem było ogłoszenie przez prowadzącą kawiarnię *Wrzenie Świata* Fundację Instytut Reportażu (dalej: Fundacja) decyzji o rezygnacji ze sprzedaży piwa *Ciechan* oraz zorganizowanie happeningu *Wielkie Lanie Ciechana* polegającego na publicznym wylaniu całości zapasów ww. piwa. Do bojkotu dołączyli też inni przedsiębiorcy prowadzący lokale gastronomiczne w polskich miastach⁸⁹.

W odpowiedzi na powyższe Browary Regionalne Jakubiak sp. z o.o. oraz powiązana z nią Piwa Regionów sp. z o.o. wytoczyły przeciwko Fundacji powództwo, domagając się zasądzenia od niej kwoty pieniężnej na rzecz instytucji związanej ze wspieraniem kultury polskiej i ochroną dziedzictwa narodowego oraz nakazania pozwanej złożenia oświadczenia o określonej treści na profilu lokalu *Wrzenie Świata* na portalu Facebook. Materialnoprawną podstawą roszczeń był art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k.⁹⁰

Sąd Okręgowy w Warszawie uwzględnił oba żądania powodowych spółek, równocześnie znacznie obniżając wysokość zasądzonej kwoty pieniężnej. W uzasadnieniu Sąd Okręgowy wskazał, że pozwana Fundacja swoim zachowaniem (akcja wylewania

⁸⁷ Ustawa z 16.2.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. 2019, poz. 369), dalej: UOKK.

⁸⁸ Por. T. Skoczny, I. Szwedziak-Bork, A. Bolecki, A. Jurkowska-Gomułka, B. Targański, E. Modzelewska-Wąchal, A. Piszcz [w:] *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, red. T. Skoczny, Legalis 2014, komentarz do art. 9 UOKK, nb. 331–343.

⁸⁹ A. Małkowska-Szozda, E. Rutkowska, *Właściciel Browaru Ciechan przeprosza, ale marka ma problem*, <http://www.press.pl/tresc/36997,wlasciciel-browaru-ciechan-przeprosza_-ale-marka-ma-problem>, [dostęp: 13.6.2020 r.]; wyrok SO w Warszawie z 21.3.2016 r., XX GC 1186/14, niepubl.

⁹⁰ Wyrok SO w Warszawie z 21.3.2016 r., XX GC 1186/14, niepubl.

piwa oraz towarzyszące jej wpisy na portalach społecznościowych) zniechęcała klientów do picia piwa *Ciechan* i zachęcała do jego wylewania, co „kojarzone być mogło z deprecjacją produktu z uwagi na jego pochodzenie”, a także nawoływała do dołączenia się do akcji⁹¹.

Sąd Okręgowy argumentował, że akcja naruszyła interes powodowych spółek, gdyż „dotychczasowi kontrahenci odmówili dalszej współpracy, a także występują problemy z pozyskaniem nowych partnerów”⁹².

Sąd uznał, że zachowanie pozwanej Fundacji nie znajdowało usprawiedliwienia w celu akcji, którym było nadanie rozgłosu i krytyka wypowiedzi Marka Jakubiaka oraz obrona Dariusza Michalczewskiego. Zdaniem sądu bojkoty mogą być uznane za uzasadnione w sytuacji, gdy jasno określony jest cel bojkotu (np. wymuszenie zmiany decyzji, postępowania, strategii), po osiągnięciu którego bojkot jest odwoływany. Tymczasem sprawa, zdaniem sądu, nie wymagała interwencji konsumentów i kontrahentów powodowych spółek, gdyż Marek Jakubiak bezzwłocznie usunął wpis i przeprosił adresata oraz dotknięte osoby. W ocenie sądu przesądzało to o sprzeczności zachowania Fundacji z dobrymi obyczajami, tym bardziej że poprzez nawoływanie do przyłączenia się do akcji pozwany spowodował „szkodliwy społecznie podział konsumentów”.

Sąd nadto podkreślił, że nie można utożsamiać działań Marka Jakubiaka z działaniami powodowych spółek, wskazując, że: „Nawet jeśli w świadomości społecznej Marek Jakubiak utożsamiany jest z marką piwa, jako producent piwa *Ciechan* to nie zmienia to faktu, iż powodowie są to odrębne podmioty prawne”.

Wyrok Sądu Okręgowego zmieniony został wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie⁹³. Sąd drugiej instancji uwzględnił roszczenie o złożenie oświadczenia (zmieniając nieznacznie jego treść), z czego wynika, że podzielił ocenę sądu pierwszej instancji co do kwalifikacji zachowania pozwanej Fundacji jako czynu nieuczciwej konkurencji. Oddalił natomiast w całości roszczenie pieniężne. Wyrok ten nie doczekał się pisemnego uzasadnienia, jednak z doniesień medialnych wynika, że ustne motywy przedstawione przez Sąd Apelacyjny zasadniczo były zbieżne z argumentacją Sądu Okręgowego⁹⁴.

W mojej ocenie rozstrzygnięcia sądów obu instancji co do zasady odpowiedzialności nie zasługują na aprobatę, a co najmniej nie zostały oparte na wszechstronnej analizie przesłanek uznania nawoływania do bojkotu za czyn nieuczciwej konkurencji.

Nie ulega wątpliwości, że pozwana Fundacja prowadzi ubocznie działalność gospodarczą, świadcząc w sposób zarobkowy, zorganizowany i ciągły usługi gastronomiczne. Jest zatem przedsiębiorcą w rozumieniu art. 2 u.z.n.k. i jest zdolna do ponoszenia odpowiedzialności za czyny nieuczciwej konkurencji.

Chociaż nie jest wykluczone przyjęcie, że zachowanie Fundacji stanowiło nakłanianie do niedokonywania zakupu towarów od powodowych spółek, to kwalifikacja taka

⁹¹ Wyrok SO w Warszawie z 21.3.2016 r., XX GC 1186/14, niepubl.

⁹² Wyrok SO w Warszawie z 21.3.2016 r., XX GC 1186/14, niepubl.

⁹³ Wyrok SA w Warszawie z 21.3.2018 r., VII AGa 786/18, niepubl.

⁹⁴ Zob. np. *Bojkot piwa niezgodny z prawem – sąd apelacyjny podtrzymuje wyrok*, <<https://www.hfhr.pl/bojkot/>>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

może budzić kontrowersje. Z zacytowanych w wyroku wypowiedzi przedstawicieli Fundacji wynika bowiem, że Fundacja nie tyle nakłaniała inne podmioty do niedokonania zakupu towarów od spółek, co sama zdecydowała się zrezygnować ze sprzedaży piwa *Ciechan* (co samo w sobie nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji). Wypowiedzi skierowane bezpośrednio do podmiotów trzecich (konsumentów i kontrahentów powodowych spółek) miały raczej charakter zachęty (dozwolonej według przynajmniej części doktryny) niż nakłaniania.

Pewne wątpliwości budzić też może przesłanka utrudnienia powodowym spółkom dostępu do rynku. Sąd Okręgowy przyjął wprawdzie, że w wyniku działań Fundacji doszło do utraty klientów przez spółki, ale oparł się w tym zakresie wyłącznie na zeznaniach świadków (co, w kontekście licznych publikacji w prasie odnotowujących wzrost sprzedaży piwa *Ciechan* po bojkocie, może budzić wątpliwości⁹⁵) i nie wyjaśnił, na ile hipotetyczna utrata klientów mogła mieć związek z działaniem Fundacji, a na ile mogła wynikać z reakcji na wypowiedź Marka Jakubiaka. Przede wszystkim jednak dokonana przez sąd ocena sprzeczności zachowania Fundacji z dobrymi obyczajami nie została przeprowadzona wszechstronnie i z uwzględnieniem wszystkich ścierających się interesów. Sąd nie analizował, czy wypowiedzi przedstawicieli Fundacji mieściły się w ramach swobody wyrażania opinii. W mojej ocenie wiele wskazuje, że tak właśnie było. Wypowiedzi przedstawicieli Fundacji nie wywierały presji dołączenia do bojkotu – miały raczej charakter zachęty do wyrażenia sprzeciwu, niekoniecznie w tej samej formie, w której uczyniła to Fundacja.

Fundacja nie jest konkurentem powodowych spółek, a prowadzona przez nią działalność gospodarcza ma charakter uboczny względem działalności statutowej. Zachowanie Fundacji trudno więc uznać za powodowane chęcią poprawienia swojej pozycji rynkowej kosztem pozycji powodowych spółek. Nie było ono zatem motywowane ekonomicznie, ale politycznie. Wypowiedzi Fundacji opierały się na prawdziwych informacjach i były podejmowane w interesie publicznym – miały stanowić sprzeciw wobec stosowania w dyskursie publicznym tzw. „mowy nienawiści”. Sąd Apelacyjny w Warszawie przyznał zresztą w ustnych motywach rozstrzygnięcia, że tak właśnie należało zakwalifikować wypowiedź Marka Jakubiaka⁹⁶.

Nie wydaje się również, że podejmowane przez Fundację działania były nieproporcjonalne. Zdaniem sądu bojkot powinien mieć „określony cel, po osiągnięciu którego bojkot jest odwoływany”. Należy wskazać, że jest to charakterystyka tzw. bojkotu instrumentalnego, który jest tylko jednym z rodzajów bojkotu. Nie wydaje się, by bojkot

⁹⁵ Zob. np. *Na nic bojkot lewicy: Ciechan sprzedaje się coraz lepiej – o marce usłyszeli i pokochali ją nowi klienci*, <<http://wgospodarce.pl/informacje/17146-na-nic-bojkot-lewicy-ciechan-sprzedaje-sie-coraz-lepiej-o-marce-uslyszeli-i-pokochali-ja-nowi-klienci>>, [dostęp: 28.6.2020 r.]; MG, *Bojkot lewicowych środowisk nieskuteczny. Piwo Ciechan ze świetną sprzedażą*, <<http://wpolityce.pl/lifestyle/191715-bojkot-lewicowych-srodowisk-nieskuteczny-piwo-ciechan-ze-swietna-sprzedaza>>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

⁹⁶ *past, Kawiarnia miała zapłacić za wylewanie piwa z browaru Jakubiaka. Teraz sąd zmienił wyrok*, <<http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114883,23218708,kawiarnia-miala-zaplacic-za-wylewanie-piwa-z-browaru-jakubiaka.html>>, [dostęp: 28.6.2020 r.].

ekspresywny czy sankcyjny, mający na celu ukaranie przedsiębiorcy za jego naganne działanie, miał być *a priori* uznawany za sprzeczny z dobrymi obyczajami.

Trudno uznać za trafną także argumentację sądów obu instancji odwołującą się do faktu, że Marek Jakubiak jako autor wypowiedzi, na którą zareagowała Fundacja oraz powodowe spółki to odrębne podmioty prawa cywilnego. Oczywiście jest to prawda, jednak – jak się wydaje – nie powinno wpływać to na ocenę z punktu widzenia prawa nieuczciwej konkurencji. Osoba fizyczna publicznie znana właściwie wyłącznie ze względu na fakt bycia jedynym wspólnikiem w spółce kapitałowej oraz prezesem zarządu tej spółki – szczególnie jeżeli z premedytacją bierze udział w debacie publicznej – musi liczyć się z tym, że jej kontrowersyjne wypowiedzi publiczne mogą wpłynąć negatywnie na dobre imię spółki. Nie można bowiem abstrahować od faktu, że osobowość prawna jest swego rodzaju konstruktem normatywnym, za którym zawsze stoją określone osoby fizyczne⁹⁷. Ogłoszenie bojkotu produktów spółek, których jedynym udziałowcem jest osoba fizyczna, jest najskuteczniejszym środkiem wyrażenia protestu wobec publicznych działań tej osoby i „ukarania jej” za te działania.

Wobec powyższego wydaje się, że rozciąganie zakazu nawoływania do bojkotu na takie zachowania, jakich dopuściła się pozwana Fundacja, wykracza poza dozwolony w świetle art. 10 ust. 2 EKPCz zakres ingerencji w swobodę wypowiedzi, co sądy orzekające w sprawie powinny były uwzględnić korygując art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k. poprzez odwołanie do klauzuli generalnej z art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

6. Podsumowanie

Bojkot stanowi środek nacisku na przedsiębiorców oraz wyrażenia sprzeciwu wobec ich działań, a uczestnictwo w nim powinno być zasadniczo traktowane jako pozostające w granicach wolności wypowiedzi.

Nakłanianie do bojkotu przedsiębiorcy może zostać uznane za czyn nieuczciwej konkurencji w sytuacji, gdy jest dokonywane przez drugiego przedsiębiorcę, stanowi utrudnienie w dostępie do rynku, jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami oraz zagraża lub narusza interes przedsiębiorcy. Warunki te będą najczęściej spełnione w przypadku bojkotów o celu *stricte* ekonomicznym. Bardzo ostrożnie należy natomiast podchodzić do sytuacji, w których nawoływanie do bojkotu jest motywowane celem politycznym czy społecznym. Jeżeli takie wezwanie do bojkotu nie jest dokonywane przez konkurenta przedsiębiorcy bojkotowanego, jest uzasadnione interesem publicznym, nie stanowi wywierania presji na adresatach nawoływania i nie jest nieproporcjonalne, to najczęściej nie będzie ono stanowić czynu nieuczciwej

⁹⁷ Prawo prywatne zna np. konstrukcję nadużycia osobowości prawnej, a sądy mogą niekiedy „przebijając zasłonę korporacyjną”, jeśli wymagają tego względy słuszności – por. w szczególności: T. Targosz, *Nadużycie osobowości prawnej*, Kraków 2004; R. Szczepaniak, *Nadużycie prawa do posługiwania się formą osoby prawnej*, Toruń 2009; R. Szczepaniak, *Rola sądów w procesie przeciwdziałania nadużyciom osobowości prawnej*, „Studia Prawnoustrojowe” 2015, nr 30, s. 15–37. Szersze omówienie tego zjawiska i możliwości jego stosowania w prawie nieuczciwej konkurencji przekracza ramy niniejszego opracowania.

konkurencji z uwagi na niespełnienie przesłanki sprzeczności z prawem lub z dobrymi obyczajami.

Dotychczas przepis u.z.n.k. zakazujący nawoływania do bojkotu (art. 15 ust. 1 pkt 2 u.z.n.k.) nie był przedmiotem licznych judykatów. Ze względu na sposób sformułowania i liczne spory co do interpretacji art. 3 oraz art. 15 ust. 1 u.z.n.k. istnieje jednak ryzyko, że sądy mogą analizować przesłanki zastosowania tego przepisu powierzchownie. Przykładem takiego podejścia wydają się wyroki SO w Warszawie z 21.3.2016 r. oraz SA w Warszawie z 21.3.2018 r.

Bibliografia

- Affre J., Piechucka J., Skośubowicz P., Stryżowska M., *Utrudnianie dostępu do rynku jako przesłanka czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu opłat półkowych podlegająca każdorazowemu badaniu*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny (iKAR)” 2016, nr 7.
- Ahrens S., *Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht*, Wiesbaden 2016.
- Czubała A., *Rola konsumentów w realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, „Konsumpcja i Rozwój” 2011, nr 1.
- Du Vall M., Nowińska E., *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2013.
- Friedman M., *Consumer boycotts: effecting change through the marketplace and the media*, New York 1999.
- Gadek B., *Generalna klauzula odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji (art. 3 u.z.n.k.)*, Kraków 2003.
- Garlicki L. [w:] *Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności. Komentarz do artykułów 1–18. Tom I*, red. L. Garlicki, Legalis 2010.
- John A., Klein J., *The Boycott Puzzle: Consumer Motivations for Purchase Sacrifice*, „Management Science” 2003, vol. 49, no. 9.
- Jurkowska-Gomułka A., Piszcz A. [w:] *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, red. T. Skoczny, Legalis 2014.
- Kamela P., *Interpretacja art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w świetle koncepcji wykładni Macieja Zielińskiego*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny (iKAR)” 2013, nr 2.
- Kamiński I.C., *Europejskie standardy dotyczące swobody wypowiedzi komercyjnej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2010, nr 6.
- Kępiński M. [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2013.
- Kępiński M., *Stosunek art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do szczególnych deliktów nieuczciwej konkurencji*, „Monitor Prawniczy” 2014, nr 4 (dodatek).
- Kępiński M., *Relacja klauzuli ogólnej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 3 ust. 1) do szczególnych deliktów nieuczciwej konkurencji* [w:] *Prawo konkurencji. 25 lat*, red. T. Skoczny, LEX/el. 2015.
- Mazur-Wierzbicka E., *Wpływ konsumentów na rozwój społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, „Handel Wewnętrzny” 2015, nr 4.
- Minda G., *The Law and Metaphor of Boycott*, „Buffalo Law Review” 1993, vol. 41, no. 3.
- Minda G., *Boycott in America: How Imagination and Ideology Shape the Legal Mind*, Carbondale 1999.

- Mioduszeński M., Sieradzka M., Sroczynski J. [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. M. Sieradzka, M. Zdyb, LEX/el. 2016.
- Nestoruk I.B., *Swoboda dostępu do rynku a swoboda kontraktowania w kontekście zakazu „opłat półkowych” – stan aktualny*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2015, nr 3.
- Nowińska E., *Ochrona funkcjonowania rynku na podstawie art. 15 ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013.
- Pyzioł W., Walaszek-Pyzioł A., *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 1994, nr 10.
- Sadowski J. [w:] *Konstytucja RP. Tom I. Komentarz do art. 1–86*, red. M. Safjan, L. Bosek, Legalis 2016.
- Skoczny T., Bernatt M. [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2013.
- Skoczny T., Szwedziak-Bork I., Bolecki A., Jurkowska-Gomułka A., Targański B., Modzelewska-Wąchal E., Piszcz A. [w:] *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, red. T. Skoczny, Legalis 2014.
- Stefanicki R., *Klauzula generalna w ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013.
- Szczepaniak R., *Nadużycie prawa do posługiwania się formą osoby prawnej*, Toruń 2009.
- Szczepaniak R., *Rola sądów w procesie przeciwdziałania nadużyciom osobowości prawnej*, „Studia Prawnoustrojowe” 2015, nr 30.
- Szczurowski T., *Charakter okoliczności wymienionych w art. 15 ust. 1 pkt 1–5 ZNKU*, „Monitor Prawniczy” 2016, nr 11.
- Szwaja J., Jasińska K. [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2013.
- Targosz T., *Nadużycie osobowości prawnej*, Kraków 2004.
- Tischner A., *Cele i zakres zastosowania ZNKU* [w:] *System Prawa Prywatnego. Tom 15. Prawo konkurencji*, red. M. Kępiński, Warszawa 2013.
- Trojanek J., *Istota władzy gospodarczej producentów w świetle ogólnej teorii władzy*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1986, z. 3.
- Zasuwa G., *Wpływ aktywności obywatelskiej konsumentów na ich udział w bojkotach produktów*, „Konsumpcja i Rozwój” 2016, nr 1.
- Zdyb M., Sieradzka M., *Interpretacja treści klauzuli generalnej pojęcia czynu nieuczciwej konkurencji*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2011, nr 12.